

Déclaration de Performance Extra Financière

Année 2022



**Notre engagement collectif
pour une croissance durable**

PLAN STRATÉGIQUE 2022 - 2025

A.	Modèle d'affaires	4
A.1	Historique	4
A.2	Organigramme	4
A.3	Présentation du Groupe.....	5
A.4	Les activités des sociétés du Groupe	5
A.5	Stratégie du Groupe	5
A.5a	Concept magasin.....	5
A.5b	Plan stratégique 1Pacte.....	5
A.6	Gouvernance de la RSE.....	6
A.6a	COPIL RSE Magasins.....	6
A.6b	COPIL RSE Produits	6
A.6c	COPIL RSE Social	7
B.	Enjeux extra-financiers et risques associés	9
C.	Enjeux sociaux.....	10
C.1	Valoriser le Capital Humain	10
C.1a	Améliorer la qualité de vie au travail et l'organisation du temps de travail	10
C.1b	Favoriser l'égalité professionnelle et la diversité	10
C.1c	Récompenser la performance collective et individuelle	11
C.1d	Les relations sociales	11
C.1e	Avantages sociaux	11
C.2	Transformation humaine et développement des Hommes	12
C.2a	Accompagner l'appropriation des valeurs.....	12
C.2b	Accompagner le développement des Hommes	12
C.2c	Intégrer les nouveaux collaborateurs et proposer une expérience collaborateur riche, singulière et innovante	13
C.2d	Engager les communautés	14
D.	Enjeux environnementaux.....	15
D.1	Définition de la politique environnementale	15
D.1a	Règle d'organisation	15
D.1b	Evaluation des enjeux environnementaux	15
D.2	Réduction de l'empreinte environnementale des produits distribués	15
D.2a	Référencement des produits.....	15
D.2b	Gestion responsable de nos approvisionnements en bois.....	16
D.3	Réduction de l'empreinte environnementale des bâtiments.....	16
D.3a	Performance énergétique des bâtiments	16
D.3b	Gestion des déchets.....	18
D.3c	Consommation de papier.....	20
D.3d	Autres Consommations de ressources des sites.....	20
D.3e	Maîtrise des atteintes à l'environnement.....	20
E.	Enjeux sociétaux.....	22
E.1	Sensibilisation des parties prenantes aux enjeux RSE.....	22
E.2	Santé et sécurité des consommateurs	22
E.3	Actions en faveur des Droits de l'Homme	22
E.4	Dispositif de lutte contre la corruption et le trafic d'influence	23
E.5	Autres informations	23
F.	Note méthodologique pour la déclaration de performance extra-financière.....	24
F.1	Périmètre	24
F.2	Modalités de collecte.....	24
F.3	Consolidation des données	24
F.4	Exclusions spécifiques aux données environnementales.....	25
F.4a	Tous types de données.....	25
F.4b	Déchets	25
G.	Tableaux de synthèse.....	26

Cette déclaration de performance extra-financière reprend l'ensemble des catégories d'informations pertinentes pour le Groupe ANPF conformément au décret n°2017-1265 du 9 août 2017 en application de l'article L.225-102-1 du Code de commerce.

Le Groupe a fait le choix de faire vérifier, comme imposé par le décret cité ci-dessus, l'ensemble des rubriques de cette déclaration par les auditeurs du cabinet BECOUZE, en qualité d'organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC (Comité Français d'Accréditation) sous le numéro n°3-1880.

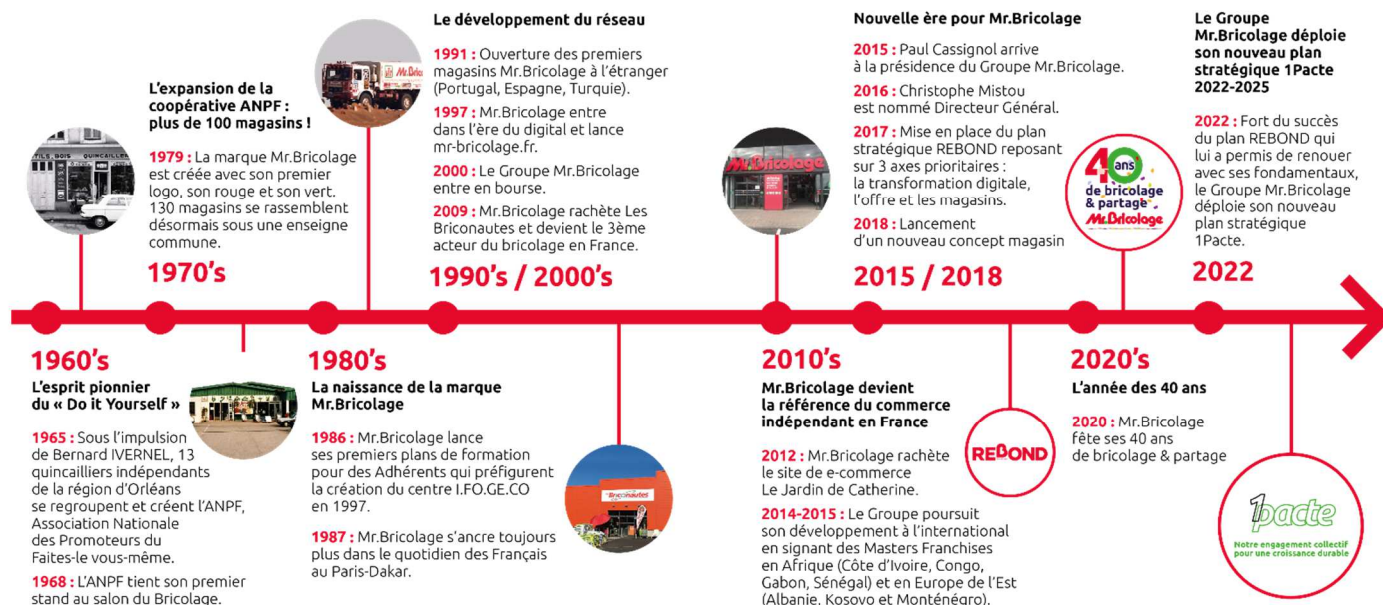
Les données présentes dans cette déclaration sont obtenues en respectant les règles décrites dans la note méthodologique, notamment relatives à la définition du périmètre. Cette note se trouve dans la dernière partie de cette déclaration.

A noter =

La société ANPF et ses filiales SIFI, SIMB et SIFA n'ont, par leurs activités propres, qu'un impact social, sociétal ou environnemental minime. C'est pourquoi les indicateurs et politiques sur les enjeux RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise) décrits dans cette Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF) sont présentés au niveau de la société Mr.Bricolage SA, de ses propres filiales (Le Club et MB Log) et d'Ifogeco (filiale de l'ANPF).

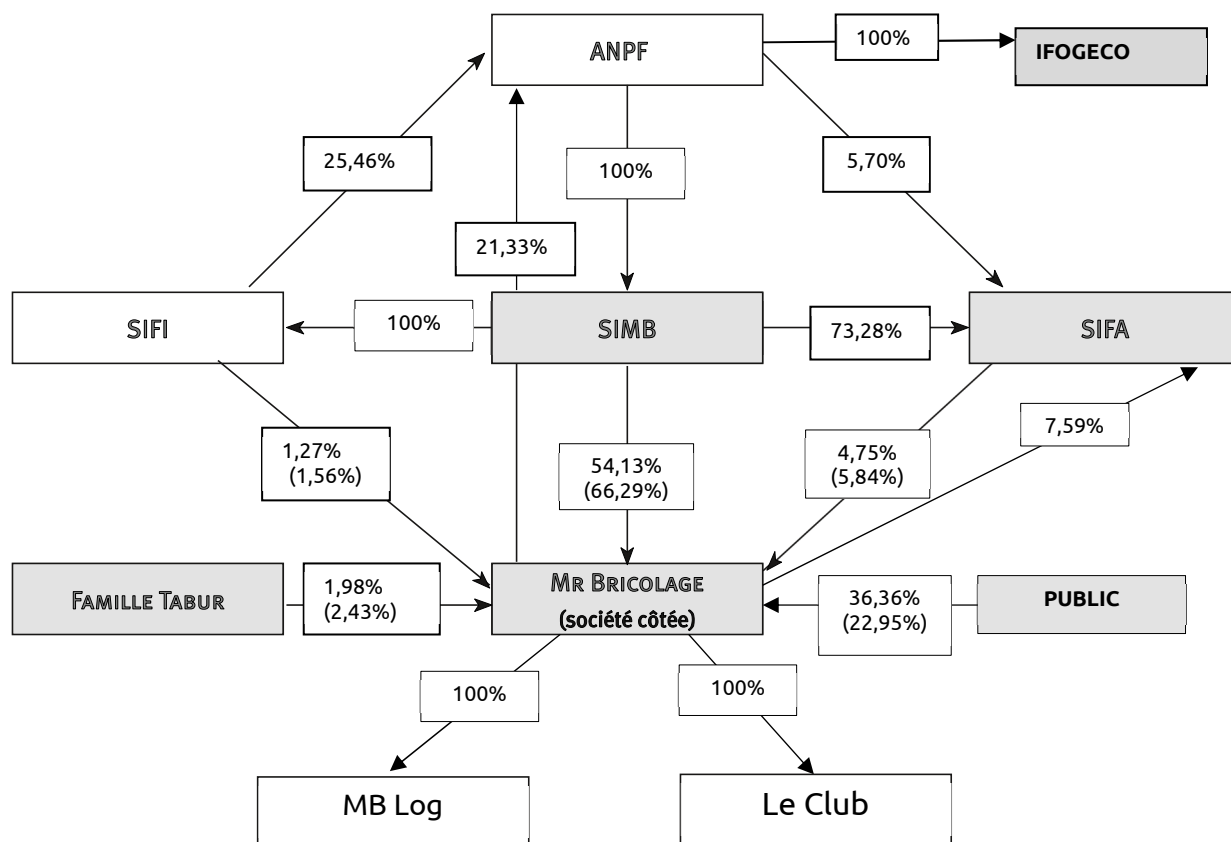
A. Modèle d'affaires

A.1 Historique



A.2 Organigramme

Le capital de la société ANPF est détenu par les sociétés d'exploitation des magasins sous enseigne Mr.Bricolage.



Les pourcentages des droits de vote, lorsqu'ils diffèrent des pourcentages de capital, sont indiqués entre parenthèses.

Les sociétés Sadef, Catena et MB L'HORME sont filiales de la société Mr.Bricolage sans aucune activité exercée au 31/12/2022. Mr.Bricolage SA détient une participation minoritaire dans les sociétés Prova et Seine Partners.

A.3 Présentation du Groupe

ANPF sous sa dénomination complète « Action Nationale des Promoteurs du Faites-le-vous-même » est une société anonyme à Conseil d'Administration, gérant principalement des titres de participation.

Le Groupe fédère les adhérents-entrepreneurs indépendants sur le segment de la proximité dans le domaine de la rénovation et de l'embellissement de la maison et du jardin. Il est le seul à leur proposer trois alternatives :

- **L'enseigne Mr.Bricolage**, dotée d'une très forte notoriété et de nombreux services en contrepartie d'engagements réciproques formalisés au travers de contrats appelés « Charte de l'adhérent » ;
- **L'enseigne Les Briconautes**, jouissant d'une notoriété locale et de services à la carte ;
- L'indépendance via le **statut d'affilié**, bénéficiant des conditions d'achats du Groupe, sans enseigne ou avec leur enseigne propre.

Les Briconautes et les affiliés sont quant à eux, liés par un « Contrat d'adhésion ».

Il est à noter que la « charte de l'adhérent » et le « contrat d'adhésion » n'imposent pas d'obligation aux magasins en matière sociale, environnementale ou sociétale, autres que la protection de l'image de l'enseigne. Toutefois, le rôle du Groupe dans la mobilisation de ses magasins sur ces thématiques a été réaffirmé dans son Plan stratégique 1Pacte (voir paragraphe A.5b Plan stratégique 1Pacte).

A.4 Les activités des sociétés du Groupe

Le Groupe est organisé autour des sociétés pivots suivantes :

- Les sociétés SIMB, SIFI et SIFA sont des sociétés holdings dont l'activité principale est la gestion de titres de participation ;
- Pour **l'activité des Services aux Réseaux** :
 - **Mr.Bricolage SA** est à la fois la société mère et la centrale de référencement, de services et d'animation des réseaux, ainsi que pour le service de vente en ligne mr-bricolage.fr ;
 - **Le Club** est la centrale de référencement, de services, d'animation des réseaux Les Briconautes et affiliés ;
 - **MB Log** exploite les entrepôts logistiques intégrés de Voivres (72) et Cahors (46) ainsi que les entrepôts prestés principalement en région orléanaise ;
 - La société **Ifogeco** est un organisme de formation professionnelle.

A.5 Stratégie du Groupe

A.5a **Concept magasin**

Le magasin Mr.Bricolage s'appuie sur un concept :

- **Le Fond de Maison** pour proposer les produits incontournables (pour réparer, dépanner, décorer, rénover, jardiner, aménager, ...) afin que tout fonctionne à la maison et dans le jardin au quotidien ;
- **Les Projets du Week-end** pour accompagner nos clients dans tous leurs projets de rénovation et d'embellissement de leurs maison et jardin, à moindre coûts et accessibles par tous ;
- **L'Entraide** pour mieux servir les clients, c'est le centre de la serviabilité en magasin. Cet espace, en lien avec l'espace clients, traduit l'ancrage de l'enseigne Mr.Bricolage dans l'environnement local et réunit des vendeurs professionnels et experts, des services inclus comme le wifi, la presse, le café et du fast-snacking mais aussi la possibilité pour les clients de disposer de cet espace, pour travailler, échanger, ... ;
- **La Délivrie** pour réunir le meilleur du web et le meilleur du local, c'est le point de rencontre de l'offre physique et digitale, toutes nos références de produits à un clic de nos clients, quelle que soit la taille du magasin.

A.5b **Plan stratégique 1Pacte**

Suite au succès de la transformation du Groupe et à son recentrage sur son activité cœur de métier des Services aux Réseaux, le Groupe met en œuvre le plan stratégique 1Pacte pour la période 2022 à 2025. Résolument tourné vers l'avenir et le respect des valeurs communes à l'ensemble des parties prenantes, 1Pacte a été défini pour appuyer le développement et la compétitivité du réseau tout en plaçant la responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) au cœur de son modèle de développement.

Le plan 1Pacte combine 4 objectifs :

- **L'Offre** : l'élargissement et le renouvellement de l'offre de Mr.Bricolage, sa visibilité et son accessibilité en magasins et sur le web, en s'appuyant notamment sur la modernisation des entrepôts et le développement de la livraison directement des fournisseurs aux clients ;
- **Les Clients** : le renforcement de la connaissance clients pour mieux les servir et les fidéliser ;

- **Les Réseaux** : le développement du réseau avec plus de 1000 points de vente fin 2025 (initialement visé pour fin 2028), et l'accélération du déploiement du concept magasin.
- **La RSE** : porter le Groupe vers l'avenir et l'inscrire dans une croissance durable à travers trois chantiers :
 - **L'environnement des magasins** pour rendre les points de vente plus vertueux lors de leur construction et pendant leur exploitation ;
 - **L'environnement des produits** pour mieux s'approvisionner et favoriser les produits dans une démarche écoresponsable ;
 - **L'environnement social** pour améliorer la qualité de vie au travail des collaborateurs du réseau et du siège.

Pour atteindre ces 4 objectifs, le Groupe s'appuie sur 2 leviers :

- La **poursuite de la transformation humaine de l'organisation**, siège et réseau, c'est-à-dire :
 - L'amélioration de l'expérience collaborateurs au siège et en magasins pour fidéliser et attirer les talents ;
 - L'accompagnement resserré des équipes en magasin dans le déploiement du concept magasin ;
 - Le renforcement du lien de serviabilité entre le siège et le réseau, au bénéfice de la performance de toutes les entités du Groupe.
- La **performance des systèmes d'information** pour unifier et connecter les réseaux, optimiser l'efficacité à tous les niveaux de l'organisation et créer de nouvelles opportunités.

Pour mettre en œuvre ce plan stratégique, le Groupe a prévu des investissements importants sur 4 ans pour financer en particulier la modernisation de la Supply Chain et des systèmes d'information, auxquelles s'ajouteront les ressources allouées à la transformation des réseaux et le déploiement du concept magasin.

A.6 Gouvernance de la RSE

La Responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) n'est pas affaire d'une seule direction qui aurait la charge d'appliquer une politique. La démarche RSE est insufflée aux cœurs des métiers pour que chaque entité du Groupe (sociétés, directions, services, collaborateurs...) l'intègre à son niveau dans son travail quotidien. Pour mobiliser l'ensemble de ses parties prenantes, trois comités de pilotage (COFIL) sont en place pour mener les chantiers du plan 1Pacte liés à la RSE.

Pour garantir la cohérence, chaque COFIL reporte l'état d'avancement de ses travaux au Comité de Direction.

A.6a COFIL RSE Magasins

- **Rôle** : Rendre les points de ventes plus vertueux dans la construction et l'exploitation de leurs bâtiments
- **Objectifs** : 4 thématiques principales sont développées
 - **Construction et insertion dans l'environnement** : Donner le cadre pour permettre la construction ou la rénovation de bâtiments respectueux de l'environnement et inciter à mettre en œuvre les solutions techniques les plus innovantes ;
 - **Consommation d'eau et d'énergie** : Permettre aux adhérents de maîtriser et optimiser leurs consommations d'énergie et d'eau par le partage de solutions simples aux solutions les plus engageantes ;
 - **Déchets et fin de vie des produits** : Faire des déchets et des produits en fin de vie une matière valorisable ou réutilisable ;
 - **Mobilité responsable** : Donner à nos clients et collaborateurs les moyens d'utiliser les alternatives aux véhicules utilisant des énergies fossiles pour se rendre sur nos sites ou se faire livrer.

A.6b COFIL RSE Produits

- **Rôle** : Modifier notre offre de produits et de services pour y intégrer des critères de référencement en accord avec nos engagements RSE
- **Objectifs** :
 - **Développer et sélectionner des produits responsables et respectueux de l'environnement** : Eco-conception, sélection responsable, emballage, innovation, transparence, fin de vie, durabilité, réparabilité, recyclage, seconde main ;
 - **Faire de notre marque de distributeur (MDD) Inventiv le fer de lance de la RSE appliquée aux produits** ;
 - **Chercher les moyens d'avoir une contribution positive sur l'environnement** :
 - Ancrage local : production et approvisionnement au plus proche (région, fabriqué en France, UE...) ;
 - Réduire notre empreinte carbone, diminuer et compenser notre impact environnemental ;
 - Focus particulier sur le transport et notre Supply Chain ;

- **Engager nos communautés dans la démarche :** fournisseurs, adhérents, clients.

A.6c COPIL RSE Social

- **Notre Ambition :** Être les champions de la relation humaine, avec la déclinaison de cette ambition auprès de nos collaborateurs
- **Objectifs :**
 - **Accroître le bien-être physique et moral au travail autour de 3 axes stratégiques :**
 - L'égalité et la diversité, avec le Groupe de travail « égalité et diversité »,
 - Le partage de la valeur créée et l'organisation du temps de travail avec le Groupe de travail « rémunération et avantages »,
 - Les conditions de travail physique avec le Groupe de travail « le siège de demain »,
 - **Engager les collaborateurs et le réseau par la communication et une démarche participative.**

Les ressources que nous mobilisons



Nos ressources financières

- ✓ **Capitaux propres consolidés de :**
 - L'ANPF = 81 689 K€
 - Mr.Bricolage = 99 319 K€
- ✓ **Revenus issus des activités ordinaires :**
 - Ventes de marchandises = 208 906 K€
 - (dont Ventes e-commerce = 9,8 M€)
 - Ventes de produits finis = 8 520 K€
 - Prestations de services aux magasins et fournisseurs = 90 848 K€

Nos services et outils métiers

- 3 **entrepôts** logistiques
- Un centre de formation : **ifogeco**
- Des Systèmes d'informations Groupe
- Un site marchand **mr-bricolage.fr**



Nos ressources environnementales

- 5 **bâtiments** physiques gérés directement par Mr.Bricolage
- Énergie consommée : 2 770 444 kWh



Notre organisation



3 entités



8 administrateurs
dont 2 indépendants



1 entité



9 administrateurs

Nombre de collaborateurs
Hommes / Femmes



Notre identité d'enseigne

- Détention des **Marques**
 - Mr.Bricolage**
 - Briconautes**
- Marque de distributeur **inventiv**
- Concept magasin Mr.Bricolage



Le Fond de Maison



Les Projets du Week-end



L'entraide



La Délivrie

Mr.Bricolage

Au 31 décembre 2022

Notre plateforme de marque qui définit ce que nous sommes et ce que nous voulons devenir

Vision

Aujourd'hui les clients ont besoin de sentir que la relation est plus importante que la transaction et que la maison et le jardin sont des mots qui comptent pour la qualité de vie de chacun.

Mission

Faire que chaque client, réalisant ses projets de rénovation ou d'embellissement pour sa maison et son jardin se sente compris et accompagné quand il le désire.

Ambition

Être reconnue comme la marque la plus attentive à chacun de ses clients, la plus serviable, la championne de la relation humaine.

Raison d'être

Nous sommes des entrepreneurs solidaires. Nous sommes des commerçants de proximité serviables, pour rendre la vie plus agréable dans la maison et le jardin.



La valeur créée

Une performance économique partagée

- Chiffre d'affaire consolidé Mr.Bricolage = 306,5M€
- EBITDA consolidé de Mr.Bricolage = 35,5 M€
- Résultat consolidé de Mr.Bricolage = 22,7M€
- Actionnariat collaborateurs via le FCPE = 1,25% du capital de Mr.Bricolage
- Participation et intéressement salariés

Une enseigne en développement

- Implantation dans 10 pays

393
magasins
Mr.Bricolage

97
magasins les
Briconautes

430
magasins
Affiliés
Le Club

Enjeux environnementaux maîtrisés

Évolution consommation d'énergie = -21%
Déchets triés sur site : 83,24%



Des collaborateurs formés

Nombre de collaborateurs et d'heures de formation



L'identité de l'enseigne adoptée

16 points de vente déployés
au Concept magasin sur l'année



73
magasins
au Concept
à fin 2022



B. Enjeux extra-financiers et risques associés

La société ANPF et ses filiales SIFI, SIMB et SIFA n'ont, par leurs activités propres, qu'un impact social, sociétal ou environnemental minime. C'est pourquoi les indicateurs et politiques sur les enjeux RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise) décrits dans cette Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF) sont présentés au niveau de la société Mr.Bricolage SA et de ses filiales.

Le Groupe a déterminé ses enjeux sociaux, environnementaux et sociétaux à partir d'une analyse des risques induits par ses activités. Chaque direction en charge de ces thématiques a fait une revue des risques. Sont donc notamment intervenus dans cette revue la Direction du Capital Humain et de l'Innovation Sociale, la Direction de la Transformation et de la Communication Corporate, le Secrétariat Général ainsi que la Direction Financière.

Une **hiérarchie des risques** a été établie à partir de 4 niveaux définis de la manière suivante :

- **Significatif** : l'enjeu et les risques associés peuvent, si aucune action n'est entreprise ou si le risque n'est pas maîtrisé, empêcher le Groupe d'atteindre ses objectifs,
- **Prioritaire** : sans remettre en cause l'atteinte des objectifs du Groupe, l'enjeu et les risques associés nécessitent la mise en place d'actions spécifiques avec des moyens identifiés dédiés,
- **Important** : l'enjeu et les risques associés font partie des éléments traités habituellement par les différentes directions du Groupe,
- **Non prioritaire** : l'enjeu et les risques associés ont été identifiés sans nécessiter d'action de la part du Groupe ou sans que l'absence d'action ait un impact mesurable.

L'**enjeu extra-financier identifié comme significatif** par le Groupe porte sur l'accompagnement des différents acteurs du Groupe à la **transformation humaine de l'entreprise**.

Les **enjeux identifiés comme prioritaires** par le Groupe sont les suivants :

- **Valorisation et développement de notre capital humain** : qualité de vie au travail, l'égalité de traitement, récompense de la performance ;
- **Réduction de l'empreinte environnementale de nos sites, de nos produits et de nos fournisseurs** : performance énergétique et gestion des déchets des sites, fabrication et utilisation des produits ;
- **Etablissement de relations de confiance avec nos partenaires** : sécurité des consommateurs et respect des Droits de l'Homme au niveau de la chaîne d'approvisionnement.

Les paragraphes ci-après permettent d'approfondir chaque enjeu en présentant les actions menées sur l'année 2022 et les résultats obtenus.

Des tableaux de synthèse sont proposés à la fin de cette déclaration.

C. Enjeux sociaux

Recentré sur le triptyque Compétences - Autonomie - Responsabilités, le Groupe poursuit ses travaux de Transformation humaine des sièges et des réseaux au bénéfice de la performance du Groupe. Les paragraphes suivants présentent les chantiers menés en ce sens par la Direction de la Transformation et la Direction du Capital Humain et de l'Innovation sociale.

C.1 Valoriser le Capital Humain

Autonomes, compétents, responsabilisés dans leur travail, les collaborateurs du Groupe Mr.Bricolage sont accompagnés par le siège pour être de véritables acteurs de leur parcours professionnel au sein de l'entreprise.

C.1a **Améliorer la qualité de vie au travail et l'organisation du temps de travail**

Pour l'ensemble des salariés du Groupe, la mise en œuvre de l'outil NIBELIS en janvier 2022 a permis de fiabiliser et de simplifier la relation collaborateur / entreprise en proposant une porte d'entrée unique pour toutes les dispositions légales et d'organisation du travail : mise à disposition des documents contractuels, suivi des congés, suivi des plannings de présence de l'équipe (Télétravail, présentiel, déplacement, formation), changement de coordonnées, demande d'attestations etc.

Concernant la mise en œuvre de la charte télétravail dupliquée sur toutes les entités du Groupe en septembre 2021, elle a été revue afin de mieux encadrer cette pratique de travail et répondre ainsi aux interrogations des collaborateurs. Des précisions sur les lieux possibles de télétravail et l'indispensable disponibilité des collaborateurs aux horaires contractuels ont été apportées.

Par ailleurs, réduire la pénibilité et ainsi prévenir le risque d'Accidents de travail et de maladies professionnelles est un enjeu majeur sur l'activité logistique. La Direction MB Log, entourée d'acteurs de la Direction du Capital Humain et de l'Innovation Sociale, a identifié des facteurs de pénibilité afin de mettre en place, de manière progressive, des plans d'actions pour offrir de meilleures conditions de travail aux collaborateurs.

La formation « Prévenir les risques liés aux manutentions manuelles », dispensée par Ifogeco, a ainsi vu le jour en 2022 et a déjà été suivie par 24 collaborateurs.

C.1b **Favoriser l'égalité professionnelle et la diversité**

L'égalité professionnelle des Femmes et des Hommes est un enjeu porté au plus haut niveau de l'entreprise. En ce qui concerne Mr.Bricolage SA, un accord sur l'égalité professionnelle entre les Femmes et les Hommes est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2022 pour une durée de 3 ans. Par cet accord, l'entreprise démontre l'importance de ce sujet qui constitue une préoccupation permanente pour l'entreprise. Pour la société MB Log, un accord s'applique jusqu'au 31 décembre 2023.

Résultat index égalité Femmes / Hommes :

	Ifogeco*	Le Club*	MB Log	Mr.Bricolage SA
2021	NA	NA	89 / 100	88 / 100
2022	NA	NA	93 / 100	96 / 100

** Effectif inférieur à 50 collaborateurs*

Mr.Bricolage SA poursuit par ailleurs ses efforts pour se rendre accessible aux talents en situation de handicap. A cet effet, l'association Handischool a sensibilisé les collaborateurs du siège au handicap à l'occasion d'une journée dédiée organisée le 17 novembre 2022. La journée s'est déroulée autour de moments forts : petit déjeuner (préparé par un ESAT), intervention de 3 sportifs tétraplégiques et membres de l'association Handischool, quiz pour tester les connaissances des collaborateurs, prise de parole d'Adrien, champion de rugby fauteuil.

Les collaborateurs ont également participé à des ateliers ludiques de mises en situation de handicap (déficience auditive, visuelle, motrice) pour sensibiliser et dépasser les préjugés.

C.1c Récompenser la performance collective et individuelle

Dans un contexte de montée en compétences de l'organisation, le Groupe a souhaité renforcer sa politique de rémunération volontariste pour récompenser la performance collective et individuelle.

En 2022, le calendrier des NAO a été avancé de deux mois afin que tous les collaborateurs puissent bénéficier de leur augmentation salariale deux mois plus tôt dans l'année.

Au regard du contexte de guerre des talents et dans un souci constant d'attractivité, la rémunération des stagiaires et des alternants ont été revues à la hausse.

Dans le même temps, un salaire minimum Groupe supérieur de 50€ au SMIC a été mis en place.

Par ailleurs, le niveau d'abondement jusqu'à 1 000€ par bénéficiaire et par année civile a été reconduit.

D'autre part, face à l'inflation, l'entreprise s'engage pour apporter de vrais coups de pouce à ses collaborateurs et renforcer son attractivité (1) une prime PEPA a été versée aux collaborateurs de MB Log en mars 2022 (2) une prime PPV a été versée à tous les collaborateurs du Groupe (3) le déblocage exceptionnel de l'épargne salariale y compris le FCPE Mr.Bricolage.

Au-delà de la mise en œuvre de l'ensemble de ces dispositifs, un travail très important a été réalisé pour réévaluer l'ensemble des salaires, en lien avec le triptyque Autonomie - Compétences - Responsabilités. L'objectif : que les salaires reflètent plus justement l'impact des postes sur le développement de l'entreprise. Sur tous ces sujets, la Direction du Capital Humain a poursuivi son travail d'accompagnement rapproché des managers pour les accompagner dans la gestion de l'évolution de leurs collaborateurs (négociations de salaires, gestion des compétences, etc.).

C.1d Les relations sociales

Le Groupe attache une grande importance aux relations collectives dans l'entreprise et favorise le dialogue avec les partenaires sociaux. Un Comité de Groupe, des Comités Sociaux et Économiques, composent l'arborescence de ce dialogue social au sein du Groupe.

En 2022, 9 accords ont été négociés avec nos représentants du personnel des entités Mr.Bricolage SA et MB Log, dont 8 ont aboutis à la conclusion d'un accord collectif.

C.1e Avantages sociaux

Soucieuse de donner à ses collaborateurs les clés de compréhension des avantages sociaux proposées par l'entreprise et de leur apporter des conseils personnalisés dans la gestion de leur épargne salariale, la Direction du Capital Humain et de l'Innovation Sociale a développé au cours de l'année **des temps de communication thématiques privilégiés** pour les différentes filiales du Groupe. 4 événements ont ainsi été organisés au cours de l'année parmi lesquels : comprendre son Bulletin de paie, présentation du régime retraite de base, complémentaire et surcomplémentaire, mutuelle et prévoyance, présentation des aides financées par Action Logement, présentation du PERCOL et l'actionnariat salariale FCPE Mr.Bricolage. Un bilan social individualisé a été remis à chaque collaborateurs du Groupe. Il permet aux collaborateurs d'avoir une vue d'ensemble de sa rémunération directe et indirecte, immédiate et différée et met en lumière les nombreux dispositifs mis en place par l'entreprise.

C.2 Transformation humaine et développement des Hommes

Au cœur de la stratégie du Groupe Mr.Bricolage depuis 2018, la Transformation humaine de l'organisation est indispensable pour permettre à l'entreprise de s'adapter en continu aux contextes économique, social, environnemental dans lesquels elle évolue : la transformation des usages de consommation, l'explosion des réseaux sociaux, l'arrivée des nouvelles générations sur le marché du travail, la crise COVID, etc. Sur un marché du travail de plus en plus complexe et concurrentiel, le Groupe Mr.Bricolage déploie des moyens humains et financiers importants pour (1) accompagner l'appropriation des valeurs, (2) développer les compétences de tous les collaborateurs et (3) proposer une expérience collaborateur riche, singulière et sur-mesure.

C.2a Accompagner l'appropriation des valeurs

a. La serviabilité s'incarne dans les pratiques siège et sur le terrain

Expression de cette valeur cardinale pour Mr.Bricolage, l'espace Entraide, l'un des quatre piliers du concept magasin, est aujourd'hui mis en place dans 73 points de vente. Plus de 300 ateliers ont été animés en 2022 autour du bricolage, de la maison, du jardinage ou la décoration en collaboration avec des associations locales, des fournisseurs ou des collaborateurs magasin. Un poste dédié au sein de la Direction de la Transformation et de la Communication corporate a été créé en 2022 pour accompagner les magasins dans l'appropriation et l'animation de cet espace.

Pour fortifier le lien entre le siège et le réseau ainsi que responsabiliser les collaborateurs, des collaborateurs volontaires ont mis en place le programme Facilitateurs : un collaborateur référent par magasin volontaire. L'objectif : faciliter le quotidien des adhérents en les accompagnant dans leurs relations avec la Centrale, en étant un point de contact privilégié pour eux et leurs équipes en magasins lorsqu'ils ne savent pas vers qui se tourner. A ce jour, 46 collaborateurs et 126 magasins font partie de ce programme.

b. La solidarité s'exprime en actions

Cette année, l'entreprise a réalisé des dons de matériel à l'association Respire. Les produits récupérés à l'entrepôt du siège sont ensuite triés par les membres l'association et revendus à des prix accessibles à tous. Les bénéfices permettent aux associations de poursuivre leurs activités et de continuer à venir en aide aux personnes en difficulté. Les dons comprenaient une vingtaine de palettes. L'association Respire a ensuite **transmis les objets dont ils n'avaient pas l'utilité, à une association partenaire**, la Ressource AAA. Par ailleurs, Mr.Bricolage a participé à la rénovation de la cuisine des Restos du Cœur d'Ingré, utilisée pour la préparation des repas servis lors des maraudes.

c. La proximité se vit au quotidien

Plusieurs initiatives de cohésion ont été mises en œuvre pour resserrer les liens entre collaborateurs et souder les équipes. Ensemble, 44 salariés Mr.Bricolage ont couru Les Foulées Rose, une course solidaire contre le cancer, et La course des trois ponts. Par la participation à ces actions, Mr.Bricolage encourage notamment la pratique d'activités physiques et sportives pour ses collaborateurs. L'ensemble des collaborateurs s'est également retrouvé fin décembre à l'Accor-Arena pour le concert de Julien Doré, un événement culturel et unifiant.

C.2b Accompagner le développement des Hommes

a. Au siège

Pour accompagner leur parcours de formation continue interne chez Mr.Bricolage, de nouveaux partenaires ont été sélectionnés pour proposer des formations adaptées à leurs besoins et à la nouvelle organisation du travail de l'entreprise. Par exemple, 4 formations sur la gestion de projet ont été animées auprès de 16 collaborateurs, une offre de coaching interne a été testée auprès de 10 collaborateurs dont 4 managers.

Premiers acteurs de la Transformation, les managers bénéficient d'un accompagnement spécifique. Sur les deux dernières années, des formations ont été initiées auprès des managers sur *Les Essentiels du Management et le Management Hybride*. En 2022, ce sont 8 managers qui ont été formés sur *Les Essentiels du Management*. En fin d'année 2022, le Groupe a initié un nouveau parcours de formation internalisé, à destination des managers : l'Itinéraire Managers. Ce parcours ambitionne d'accompagner, grâce à des modalités innovantes, la communauté des managers dans le développement de leurs compétences, savoir-être et savoir-faire managériaux. Déployé dès début 2023, il pourra donc faire l'objet d'un bilan complet en fin d'année.

Soucieuse d'aller plus loin dans l'accompagnement de ses collaborateurs siège en leur donnant la possibilité de prendre du recul, faire un pas de côté et de développer leurs compétences relationnelles / émotionnelles,

la Direction de la Transformation a lancé en 2022 *La Fabrique du Papillon*, un programme optionnel de 4 cycles avec pour thème *l'Audace*. Chaque cycle s'articule autour d'une conférence et d'ateliers d'expérimentation. Pour clôturer les deux premiers cycles de la Fabrique du Papillon, une matinée thématique sur le lien entre l'esprit et le corps a été organisée en décembre 2022. 95 collaborateurs ont participé aux 8 ateliers proposés ce jour-là (exemple de thématiques : intelligence collective, méditation pleine conscience, naturopathie, Mime, Tai-Chi etc.).

	Ifogeco	Le Club	MB Log	Mr.Bricolage
Nombre de collaborateurs formés	19	20	112	241
Nombre d'heures de formation	614	298	1 600	2 820

b. Au sein du réseau

Mis en place en 2021, le *blended learning* (temps de formation synchrones et asynchrones) s'est renforcé en 2022 pour offrir plus de souplesse dans l'organisation du travail des collaborateurs en magasin.

En 2022, on compte 2 584 apprenants formés grâce au e-learning et 230 formés grâce aux parcours Blended Learning. A ce jour, l'offre e-learning propose 70 modules pour se former en toute autonomie et à distance et 14 parcours de formation Blended learning, parmi lesquelles : Vendre avec le site e-commerce, Comprendre et agir contre la démarque inconnue, Maîtriser son temps et ses priorités, Garantir la sécurité au quotidien, Découvrir les indicateurs commerciaux, Découvrir les produits du rayon droguerie... Sans oublier 2 titres professionnels permettant aux collaborateurs de valoriser leur expérience au sein de l'enseigne et de valider un diplôme allant du Bac (AMUM) au Bac + 2 (MUM).

En 2022, on recense 392 collaborateurs formés pour un volume de 5 332 heures de formation. Par ailleurs, 4 magasins ont été accompagnés dans le cadre de coachings dynamiques pour accompagner les équipes dans l'appropriation des nouveaux codes du commerce et du concept magasin.

Enfin, les rituels managériaux, mis en place dans une trentaine de magasins pilotes en mai 2021, sont désormais déployés à l'ensemble du Réseau. L'objectif est de proposer une expérience collaborateur unifiée dans les magasins Mr.Bricolage, uniformiser les exigences managériales et accompagner chaque directeur dans l'animation de ses équipes. Ils répondent à trois besoins : (1) besoin de vision et de sens, (2) besoin de perspectives et (3) besoin de structure et d'organisation. Dans le même temps, les sessions de sensibilisation se poursuivent au fil de l'implantation du concept. Ils sont aujourd'hui mis en place dans 82 magasins.

Quelques formations clés siège / réseau

1. Sensibilisation aux enjeux interculturels : module *e-learning* Gapsmoov suivi par 88 collaborateurs ;
2. Sensibilisation à l'éthique suivie par 147 salariés ;
3. Sensibilisation à la communication constructive auprès des adhérents et de leurs équipes pour renforcer la serviabilité des collaborateurs pour près de 200 salariés en 2022 ;
4. Formation à la négociation durable dédiée à la direction des achats - 100% des collaborateurs ciblés formés à fin 2022 ;
5. Formation concept magasin suivie par 52 collaborateurs en 2022.

C.2c Intégrer les nouveaux collaborateurs et proposer une expérience collaborateur riche, singulière et innovante

Conscient de l'importance de fidéliser les talents pour les retenir dans la durée, le Groupe Mr.Bricolage accorde une importance particulière à l'expérience collaborateur dans chaque étape clés de son parcours. Ainsi, pour faciliter son intégration, comprendre les enjeux de l'entreprise, développer son *sens du terrain* et nourrir le lien de serviabilité siège x réseau, tout nouveau collaborateur réalise depuis avril 2022 une immersion de 2 jours en magasin à son arrivée. 19 collaborateurs ont réalisé cette immersion cette année.

Mr.Bricolage met en place des initiatives pour renforcer la proximité avec les collaborateurs, comme la journée *Je travaille avec Papa/Maman*. Lors de cette action, les parents peuvent venir avec leurs enfants un après-midi et leur faire découvrir leur travail autour d'une visite et d'un goûter. En 2022, 88 enfants ont été accueillis.

C.2d Engager les communautés

Sous l'impulsion du Comité de pilotage Transformation, l'animation des différentes communautés Mr.Bricolage engagées dans la Transformation de l'entreprise s'est poursuivie intensément en 2022.

- **Communauté des Managers** - Réunis deux fois dans l'année pour un séminaire d'une journée, les managers s'organisent désormais en groupes de travail pour avancer sur des sujets transverses de transformation (procédure serviabilité, programme facilitateurs, etc.)
- **Communauté Terrain** - Elle réunit tous les collaborateurs en lien direct avec le Terrain (développeurs, recruteurs, designers, etc.) et se réunit 2 fois dans l'année.
- **Communauté des Transformeurs** – Ils portent le plan stratégique aux côtés du Comité de direction et participent à des sessions de sensibilisation en magasins.

Pour les collaborateurs, un séminaire dédié organisé en octobre 2021 par leurs managers a permis de mobiliser les équipes sur une démarche de serviabilité auprès du réseau. Cette démarche vise à délivrer une qualité de services optimale envers les adhérents. Ce séminaire a permis la mise en place, en 2022 des actions suivantes :

- La création des Facilitateurs (cf. partie serviabilité) ;
- La création d'un chevalet Les incollables de la serviabilité ;

La mise en place d'une formation Communication constructive pour accueillir les demandes des adhérents.

D. Enjeux environnementaux

D.1 Définition de la politique environnementale

D.1a Règle d'organisation

Pour assurer la pérennité et la coordination des projets, notamment dans les domaines de l'environnement, le responsable développement durable centralise et répercute les informations sur les projets, veille au suivi des réglementations et assure la promotion des divers aspects des démarches environnementales dans le Groupe. La gestion opérationnelle de la protection de l'environnement repose sur les différentes directions en charge de l'exploitation de sites : Direction Supply Chain, Direction des Réseaux et Secrétariat Général.

D.1b Evaluation des enjeux environnementaux

Le Groupe a défini sa stratégie environnementale pour aider à la lutte contre le réchauffement climatique et adapter ses activités pour réduire les risques liés à celui-ci.

Dans ce cadre, une étude a été menée dans un premier temps par le Groupe sur ses émissions de gaz à effet de serre en se basant sur les données d'activités de l'année 2011. Le périmètre de cette étude était limité aux scopes 1 et 2 de la norme ISO 14 064 en appliquant la méthode du bilan carbone.

À la suite de ce premier constat, le Groupe s'est donné comme ambition de suivre ses émissions afin de vérifier les effets des actions menées pour réduire les impacts de ses activités sur le réchauffement climatique. Afin de prendre en compte l'ensemble des impacts, une étude plus poussée a été menée sur les trois scopes de la norme en appliquant toujours la méthode du bilan carbone.

L'enseignement principal de cette dernière étude a été l'évaluation de la part très importante (supérieur à 95%) des émissions liées aux produits vendus dans les magasins sur l'ensemble des émissions du Groupe. Mis à part le poste « Produit », la hiérarchie des grandes catégories d'activités (de plus important en termes d'émissions au moins important) est la suivante : fret, déplacements, autres (immobilisations, déchets directs, ...) et énergie. Sans qu'il soit possible d'actualiser tous les résultats avec les données d'activité de l'année 2022, les émissions du poste « Energie » lié à la consommation de gaz et d'électricité en 2022 sont évalués à 292 tonnes équivalent CO₂.

Les enjeux présentés dans les paragraphes ci-après ont donc été définis à partir de cette évaluation. Les plans d'actions de la politique environnementale du Groupe sont établis pour limiter les émissions des postes identifiés.

Le montant global des dépenses engagées pour prévenir les conséquences de l'activité de la société sur l'environnement n'est pas identifiable.

Au titre de l'exercice 2022, le Groupe n'a constitué aucune provision ou garantie pour risques en matière d'environnement, n'a versé aucune indemnité à la suite d'actions en réparation de dommage, ni indemnité en exécution d'une décision judiciaire en matière d'environnement, n'a été l'objet d'aucune action menée en réparation de dommages causés à l'environnement.

D.2 Réduction de l'empreinte environnementale des produits distribués

Le Groupe ne fabrique pas directement les produits qu'il vend dans ses réseaux de magasins. Il référence pour cela des fournisseurs qui fabriquent ou importent les produits. Le Groupe ne consomme donc pas directement de matières premières et ne conçoit pas les produits.

Le Groupe joue toutefois un rôle majeur dans les critères de choix de ces produits. Par sa position privilégiée vis-à-vis des fournisseurs, le Groupe peut influencer leur manière d'appréhender les enjeux environnementaux et provoquer des changements de comportements sources d'innovations et de gains mutuels. Des plans d'actions ont donc été mis en œuvre pour évaluer et maîtriser les impacts sur l'environnement des différentes gammes de produits et surtout ouvrir le dialogue sur ces enjeux entre les interlocuteurs internes du Groupe et les fournisseurs de produits.

D.2a Référencement des produits

L'ensemble des gammes de produits proposées dans le réseau Mr.Bricolage est concerné par la recherche de réduction de leurs impacts sur l'environnement et le respect des populations sur les lieux de fabrication. Les cahiers des charges pour le référencement des produits auprès des fournisseurs sont améliorés pour renforcer les exigences dans ces domaines.

En 2021, dans le cadre des objectifs définis par le COPIL RSE Produits (voir paragraphe A.6b COPIL RSE Produits), un travail spécifique a été mené sur les niveaux d'engagement RSE des produits Inventiv (Marque de

Distributeur de Mr.Bricolage). Plusieurs niveaux de critères ont été définis. Afin de formaliser et diffuser ces critères, un guide est en cours d'établissement à destination des acheteurs pour être utilisés lors des campagnes de référencement. Pour mieux connaître la maturité des fournisseurs sur la RSE, un questionnaire spécifique a été également élaboré et testé sur l'année 2022 sur plusieurs appels d'offres. L'envoi de ce questionnaire sera systématisé pour les appels d'offres de l'année 2023.

Tous ces éléments servent surtout à ouvrir le dialogue avec les fournisseurs pour modifier la conception, la fabrication ou les sources d'approvisionnement des matières des produits référencés par le Groupe. Chaque étape importante des relations avec les fournisseurs permet d'échanger sur ces thématiques. Le Groupe transforme progressivement son offre de produits. Les changements de gammes sont l'occasion de faire savoir les engagements du Groupe dans ces domaines et de permettre aux fournisseurs de présenter leurs propres avancées sur ces sujets.

D.2b Gestion responsable de nos approvisionnements en bois

Le Groupe a défini sa politique en matière d'approvisionnement en bois utilisé dans ses produits. L'objectif de cette politique est de connaître et d'améliorer les sources d'approvisionnement en bois des fournisseurs référencés quelle que soit la gamme de produits concernée. Elle participe également à préserver la biodiversité en interdisant l'utilisation d'essences de bois considérées comme menacées pour la CITES (Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages) et l'UICN (Union internationale pour la conservation de la nature).

Pour poser cette politique, le Groupe a mis en place des partenariats avec trois organismes reconnus dans ce domaine :

- Earthworm Foundation,
- FSC® - Forest Stewardship Council,
- PEFC™ - Programme for the Endorsement of Forest Certification.

Ces partenariats permettent de toujours veiller au respect des règles d'approvisionnement responsable des fournisseurs du Groupe ainsi qu'à l'accompagnement des acteurs internes et externes (acheteurs, magasins, fournisseurs, ...).

Le partenariat avec Earthworm Fondation initié en 2008 permet de définir chaque année un plan d'actions. Les moyens de contrôle au plus près des lieux de production, ainsi que la veille constante de notre partenaire, garantissent une maîtrise des approvisionnements en bois de nos produits.

Avec le FSC®, l'accent a été mis sur les procédures de validation des communications du Groupe (catalogues promotionnels...) pour garantir l'usage correct de la licence de marque FSC®. Cela renforce la visibilité de l'engagement du Groupe auprès de ses clients.

Le respect des référentiels FSC® et PEFC™, comme critère de choix des produits référencés, permet également au Groupe de garantir le respect des travailleurs, des populations locales et des peuples autochtones sur les plantations et usines d'où provient le bois.

En 2022, trois sessions de formation des collaborateurs de la Direction commerciale ont été organisées sur les enjeux liés à l'approvisionnement en bois de nos produits. Ces sessions de formation en partenariat avec Earthworm Fondation ont été l'occasion de rappeler :

- Le rôle des forêts sur l'environnement,
- Les menaces qui pèsent sur ces forêts,
- Nos engagements sur la gestion durable du bois chez Mr.Bricolage et les obligations de chacun,
- La campagne de collecte et d'analyse des données des produits référencés comportant du bois.

D.3 Réduction de l'empreinte environnementale des bâtiments

D.3a Performance énergétique des bâtiments

Le Groupe s'est fixé des objectifs de maîtrise et d'économies d'énergie pour ses sites.

• Actions tous sites confondus (indépendants et périmètre consolidé)

Avec la fin des tarifs réglementés d'énergie en 2015, la renégociation de tous les contrats de fourniture d'électricité et de gaz a été entreprise. Les appels d'offres successifs lancés depuis 2015 sur un périmètre étendu (entités du Groupe et magasins adhérents ou affiliés) a permis de mutualiser les volumes pour négocier dans les meilleures conditions avec les fournisseurs d'énergie. Afin de mieux maîtriser les risques de fluctuation du marché d'énergie, les volumes d'électricité qui seront consommés en année N+1 sont achetés tout au long

de l'année N sur le marché. Cela permet de bénéficier des opportunités en cas de baisse du marché tout en garantissant la continuité de la fourniture.

• **Actions vers les magasins indépendants**

Durant l'hiver 2022, un risque de coupures d'électricité a été anticipé en cas de forte tension sur le réseau électrique. Le Groupe s'est alors mobilisé et a participé à l'effort collectif de diminution de la demande en énergie.

Une communication à nos adhérents a été réalisée pour donner les consignes et gestes du quotidien à appliquer dans leurs magasins ainsi que les mesures exceptionnelles en cas de tension avérée sur le réseau.

Parmi les mesures, se retrouvent notamment les suivantes :

- Diminuer l'éclairage de la surface de vente de 50% avant l'arrivée du public,
- Couper l'éclairage de l'enseigne à la fermeture du magasin,
- Diminuer la consigne de chauffage de 1°C pour une température ambiante maximale de 16°C en surface de vente et de 18°C dans les bureaux,
- Maintenir fermées les portes extérieures du magasin,
- Produire de l'eau chaude et utiliser la scie à découpe en dehors des périodes de tension : 8h-13h et 18h-20h.

Chaque adhérent a été incité à respecter ces consignes tout en restant autonome dans l'exploitation de son magasin.

Dans le cadre des obligations de réduction des consommations énergétiques (« Décret tertiaire »), un cabinet d'accompagnement a été référencé afin de permettre aux magasins de se mettre en conformité. Cela a été l'occasion de présenter toutes les solutions applicables aux principaux postes de consommation :

- L'éclairage étant l'un des postes les plus énergivores de nos magasins, en 2022 le siège a réalisé un appel d'offres pour le référencement d'un fournisseur d'éclairage LED pour les magasins. Le fournisseur finalement sélectionné permet de proposer à nos adhérents une solution clé en main comprenant le dimensionnement, la fourniture des luminaires et leur installation.
- Le deuxième poste de consommation des commerces est celui du chauffage et du rafraîchissement. En 2023 un appel d'offres spécifique sera lancé pour le référencement de solutions dans ce domaine.

• **Actions spécifiques aux sites du périmètre consolidé de cette déclaration**

Pour établir des plans d'actions de réduction des consommations d'énergie, des audits énergétiques ont été réalisés les années précédentes sur les sites du siège de Mr.Bricolage SA et des plateformes logistiques de MB Log. Les résultats de ces audits permettent d'évaluer les mesures et les travaux nécessaires afin de maîtriser les consommations d'énergie des différents sites.

En 2022, le Groupe a réalisé d'importants travaux sur son siège pour améliorer la performance énergétique :

- Des nouveaux boîtiers de commande de chauffage et la climatisation ont été installés sur tout le site et raccordés à une nouvelle Gestion Technique Centralisée ;
- Les radiateurs ancienne génération des sanitaires et bureaux non desservis par le système de pompe à chaleur en place ont été remplacés par des radiateurs à inertie plus performants.
- Dans le contexte du développement du télétravail, les espaces les moins utilisés ont été mis sous détection de présence pour le déclenchement du chauffage et de la climatisation. Grâce à la gestion technique centralisée, des scénarii de présence ont été créés pour optimiser le chauffage et la climatisation afin de réduire les consommations énergétiques.
- L'éclairage des bureaux et couloirs encore équipés de néons ont été remplacés par de l'éclairage LED.

En parallèle, le Groupe a engagé le siège de Mr.Bricolage à la Chapelle-Saint-Mesmin dans un plan de sobriété énergétique dont les principales mesures sont :

- La diminution de la consigne de chauffage pour une température ambiante d'occupation de 18°C +/- 1°C ;
- L'extinction de l'éclairage du parking à 21h00 ;
- La baisse de la température de chauffe des ballons d'eau chaude à 55°C ;
- L'arrêt de l'éclairage de façade à 20h00 et suspension de l'éclairage de la cour intérieure ;

- L'organisation d'une animation pour les collaborateurs en partenariat avec l'ADIL 45-28 (gérant les espaces conseil France Rénov'). Cela a été l'occasion d'échanger sur les écogestes du quotidien, d'identifier les équipements permettant les économies d'énergie et de connaître les aides sur les travaux. Les collaborateurs ont pu également s'entretenir individuellement avec un conseiller sur les actions pour leur propre logement.

Des actions de sobriété ont également été mises en place dans les plateformes logistiques, avec notamment la baisse du niveau de chauffage dans les entrepôts.

Les consommations d'énergie consolidées pour l'année 2022 sont les suivantes :

	Consommation	Nombre de sites	Surface totale concernée	Ratio 2022	Ratio 2021	Ratio 2020
Electricité	1 861 487 kWh	4 sites	46 677 m ²	39,88 kWh/m ²	45,43 kWh/m ²	42,21 kWh/m ²
Gaz	908 957 kWh	3 sites	46 089 m ²	19,72 kWh/m ²	30,08 kWh/m ²	28,04 kWh/m ²

L'électricité est principalement utilisée pour couvrir les besoins d'éclairage mais également de chauffage et de rafraîchissement d'air (pour les bureaux). Le gaz est lui utilisé pour les besoins de chauffage.

La consommation d'électricité des sites s'élève en 2022 à 1,86 GWh pour 4 sites, contre 2,12 GWh en 2021. Le ratio de consommation de gaz passe de 30,08 kWh/m² en 2021 à 19,72 kWh/m² en 2022, soit une baisse de 34%. Le recours massif à l'activité partielle et au télétravail, ainsi que les mesures de sobriété expliquent l'écart sur les consommations entre 2021 et 2022.

D.3b Gestion des déchets

• Actions vers les magasins indépendants

Plusieurs gammes de produits sont concernées par la reprise obligatoire, par les magasins, des équipements en fin de vie des clients. En fonction de la surface de vente dédiée à ces gammes, les magasins doivent mettre en place des dispositifs de collecte et de traitement des produits ramenés par leurs clients.

Conformément à la réglementation, le Groupe est adhérent au titre de Producteur auprès de plusieurs éco-organismes en charge de mettre en place les filières dites « REP » (Responsabilité Elargie du Producteur). Le Groupe finance les activités de ces éco-organismes en reversant une contribution pour chaque produit vendu à la marque Inventiv (MDD – Marque de Distributeur). Mr.Bricolage SA est d'ailleurs actionnaire de plusieurs de ces éco-organismes, afin de participer à l'organisation de ces filières.

Le Groupe négocie avec ces éco-organismes les solutions de reprise et impulse le déploiement en magasins. La multiplication des types de produits à reprendre auprès des clients nécessite l'adaptation des solutions aux magasins du Réseau car la majeure partie des magasins dispose de peu de place pour stocker ces produits repris.

- Le Groupe est en partenariat avec l'éco-organisme **EcoSystem**. Cet organisme regroupe les activités de collecte et de recyclage des **équipements électriques et électroniques**, des lampes et les petits extincteurs. Ces équipements contiennent souvent des substances ou composants polluants pour l'environnement, mais ils comportent également un fort potentiel de recyclage des matériaux qui les composent.
- Le Groupe est également en partenariat avec l'éco-organisme **Screlec** qui organise la collecte et le traitement des **piles et accumulateurs**.
- L'éco-organisme **EcoDDS** s'occupe de mettre en place la filière des **produits chimiques**. En 2021, le développement de la collecte de ce type de déchets dans les magasins du Groupe auprès des clients a été décidé. Durant l'année 2022, une première vague de déploiement en magasins a été réalisée pour la reprise des produits chimiques acryliques et solvants. Plusieurs autres campagnes seront organisées durant l'année 2023. Cet éco-organisme est également habilité pour la gestion de l'**outillage du peintre**.
- Le Groupe a également un partenariat avec **EcoMaison** (anciennement Eco-Mobilier) qui traitait initialement uniquement la fin de vie des **meubles et autres éléments d'ameublement**. En 2022, cet éco-organisme a étendu son périmètre aux **articles de bricolage et jardin**, ainsi qu'aux **produits de construction**.
- L'éco-organisme **Ecologic** traite pour les magasins la fin de vie des **machines motorisées thermiques**.

En adhérant aux éco-organismes et en soutenant leurs démarches auprès des magasins indépendants, le

Groupe participe à la réduction des impacts environnementaux de la fin de vie des produits, à la préservation des ressources naturelles et à la création d'emplois et d'un savoir-faire industriel dans le secteur du recyclage en France, tout en assurant la traçabilité de ces déchets considérés comme dangereux. Ces éco-organismes jouent également leur rôle dans le domaine de l'économie circulaire en créant les liens nécessaires entre les producteurs ou récupérateurs de déchets et les fabricants de produits qui ont besoin de matières.

• Actions spécifiques aux sites du périmètre consolidé de cette déclaration

Les activités des sites génèrent deux types de déchets :

- Les déchets non dangereux dont les déchets industriels banals (carton, plastique, ...) et les déchets inertes (gravats, ...) ;
- Et les déchets dangereux (piles, accumulateurs, pots de peintures, produits chimiques, emballages souillés, équipements électriques et électroniques, ...).

L'objectif du Groupe dans la gestion des déchets produits ou récupérés auprès des collaborateurs demeure l'amélioration constante des points suivants :

- Le respect de la réglementation en vigueur ;
- Le tri des différents déchets valorisables, tels que le carton, le plastique ou le bois, non plus uniquement en centres agréés mais directement sur les sites quand les conditions le permettent ;
- Les solutions économiques et écologiques en capitalisant sur les bonnes pratiques de chaque entité et en recherchant des prestataires plus proches du site (réduction des trajets, ...).

Ces objectifs sont en cohérence avec la notion d'économie circulaire remis sur le devant de la scène ces dernières années, et qui s'est concrétisé en France par une loi dédiée publiée en février 2020. Le Groupe reste ouvert aux sollicitations de ses partenaires pour ainsi développer la collecte et la valorisation de ses déchets pour leur donner une seconde vie.

Durant l'année 2022, initiée par le groupe de travail interne à Mr.Bricolage SA « Economie Circulaire » et en partenariat avec Envie Anjou et Ecosystem, une opération de collecte d'appareils électriques a été réalisée au siège. Les appareils collectés auprès des collaborateurs ont pu être reconditionnés par des salariés d'Envie Anjou en parcours d'insertion ou envoyés par Ecosystem en centre de traitement pour être dépollués et recyclés. Cette opération a permis de faire un premier test sur la démarche de reprise en vue du réemploi des produits.

Afin de sensibiliser les collaborateurs du siège, une marche pour nettoyer les rives de la Loire a été organisée en partenariat avec l'association « Je nettoie ma Loire » qui organise ce type d'opérations chaque mois. Ce fut l'occasion pour les collaborateurs d'échanger sur la préservation de la biodiversité et de l'environnement.

Il est à noter enfin que les activités du Groupe ne génèrent que très peu de déchets alimentaires. Seul un site possède un service de restauration intégré. Sinon les autres sites peuvent avoir des espaces dédiés à la restauration où l'alimentation est apportée par les collaborateurs ou disponible via des distributeurs automatiques. La lutte contre le gaspillage alimentaire n'a donc pas fait l'objet de plans d'actions spécifiques dans le Groupe.

Les indicateurs consolidés de la production de déchets dangereux et non dangereux pour l'année 2022 sont donnés ci-dessous :

▪ Déchets non dangereux

	Tonnage		Nombre de sites	Surface totale concernée	Ratio 2022	Ratio 2021	Ratio 2020
Ensemble des déchets	298.34 T		3 sites	46 089 m ²	6.47 kg/m ²	7.49 kg/m ²	7.07 kg/m ²
Déchets Industriels Banals non triés	50 T		3 sites	46 089 m ²	1.08 kg/m ²	2.51 kg/m ²	2.28 kg/m ²
Carton	169.09 T		3 sites	46 089 m ²	3.67 kg/m ²	4.35 kg/m ²	3.97 kg/m ²
Plastique	52.55 T		2 sites	39 195 m ²	1.34 kg/m ²	0.55 kg/m ²	0.46 kg/m ²
Bois	3.8 T		2 sites	28 889 m ²	0.13 kg/m ²	0.18 kg/m ²	0.21 kg/m ²
Autres déchets triés	22.91 T		3 sites	46 089 m ²	0.50 kg/m ²	0.60 kg/m ²	1.02 kg/m ²
Taux de tri sur site			83.24 %			66.49 %	67.67 %

Le ratio de production de l'ensemble des déchets pour les sites s'élève à 6,47 kg/m² (contre 7,49 kg/m² en 2021). Cela représente 298,34 tonnes de déchets générés sur 3 sites (contre 345,27 tonnes en 2021).

Le carton, le plastique et le bois sont les déchets les plus triés. Le taux des déchets triés directement sur place dans les sites est de 83,24%.

▪ **Déchets dangereux**

Les déchets dangereux sont générés en faibles quantités sur les sites du Groupe. Ils sont liés aux retraits de la vente de certains produits contenant des substances dangereuses ainsi qu'à la collecte de certains déchets auprès des collaborateurs (déchets d'équipements électriques et électroniques et piles/accumulateurs).

En 2022, deux des sites du Groupe ont fait traiter 10,98 tonnes de déchets dangereux (contre 3,95 tonnes en 2021 pour 2 sites). Le ratio de production de déchets dangereux est de 0,38 kg/m² en 2022 contre 0,14 kg/m² en 2021.

Les différentes typologies de déchets dangereux produits par les sites du Groupe sont notamment les déchets issus :

- Des produits pâteux (peinture, colle, vernis...),
- Des équipements électriques et électroniques,
- Des piles ou accumulateurs
- Des aérosols
- Des poudres.

Le siège de Mr.Bricolage ainsi que les 2 plateformes logistiques de MB Log ont une solution de collecte et de traitement des déchets électriques et électroniques par convention d'enlèvement directement sur site avec l'éco-organisme EcoSystem. Les collaborateurs peuvent également ramener sur les sites leurs anciens équipements. Pour les autres déchets dangereux, les sites passent par des prestataires habilités pour le traitement de ce type de déchets.

D.3c Consommation de papier

Pour assurer la promotion de l'enseigne et des produits qu'il distribue, le Groupe utilise comme supports des imprimés publicitaires (catalogues promotionnels, ...) en papier. Ils sont créés par le service communication de Mr.Bricolage SA. Les nouvelles sources d'approvisionnement de papier ont permis de proposer dès 2014 une majorité d'imprimés à base de papier recyclé. Il est à noter que le papier provient de sources respectant le référentiel PEFCTM (Programme for the Endorsement of Forest Certification).

D.3d Autres Consommations de ressources des sites

Étant donné son activité, le Groupe a une consommation d'eau qui peut être considérée comme peu impactante sur l'environnement et les ressources naturelles. Elle est utilisée principalement pour les usages sanitaires, les lavages de sol et également pour les essais incendie et l'arrosage.

Les autres consommations comme le fioul (utilisé notamment pour l'alimentation des moteurs de sprinklage) ou le gaz propane (utilisé notamment pour le fonctionnement des chariots élévateurs) sont globalement faibles et ne sont donc pas statistiquement exploitables.

D.3e Maîtrise des atteintes à l'environnement

▪ **Rejets pouvant affecter gravement l'environnement**

- Air : trois types de pollution atmosphérique potentielle ont été identifiés (gaz de combustion due au chauffage, poussières de bois des machines de découpe et émissions potentielles de HCFC). Tous les équipements (notamment les chaudières et les climatisations) sont entretenus et leur bon fonctionnement est vérifié périodiquement par des prestataires agréés. Étant donné son activité, les atteintes à la qualité de l'air du Groupe peuvent être considérées comme négligeables, à l'exception des rejets générés par un incendie sur un site.
- Eau : les activités des sites ne sont pas de nature à générer des rejets aqueux importants ou polluants. Les atteintes à la qualité de l'eau peuvent être considérées comme négligeables.
- Sol : les activités des sites ne sont pas de nature à entraîner des pollutions de sols ou sous-sols. La gestion des déchets, de l'eau et des produits dangereux est réalisée dans des conditions qui permettent la préservation de ces derniers. Les atteintes à la qualité des sols peuvent être considérées comme négligeables, à l'exception du risque de déversement accidentel de produits

dangereux.

- **Nuisances sonores**

Les nuisances sonores sont principalement créées par le trafic des camions de livraison, les chariots élévateurs et dans une moindre mesure par les haut-parleurs de parkings.

- **Nuisances olfactives**

Les nuisances olfactives (principalement générées par les canalisations et/ou fosses septiques) peuvent être considérées comme négligeables.

- **Mesures complémentaires prises pour limiter ces atteintes**

- Atteintes aux riverains : les nuisances pouvant affecter les riverains (bruits, odeurs, poussières) sont limitées et maîtrisées localement.
- Atteintes au paysage : l'aménagement extérieur des sites est réalisé conformément à la réglementation locale, par exemple en termes de biodiversité et d'utilisation des sols.
- Les impacts environnementaux des sites soumis à la réglementation des Installations Classées pour la Protection de l'Environnement (ICPE) sont pris en compte dans les indicateurs environnementaux publiés et dans les mesures prises pour les maîtriser.

E. Enjeux sociétaux

E.1 Sensibilisation des parties prenantes aux enjeux RSE

Il est nécessaire d'acculturer nos parties prenantes aux enjeux RSE du Groupe. Il est également important de remettre en question nos enjeux au regard de l'actualité et des retours de nos parties prenantes internes et externes : collaborateurs, adhérents, salariés magasins, fournisseurs, clients, riverains, etc...

Depuis juin 2022 un article est publié chaque mois sur l'intranet du Groupe (accessible aux collaborateurs, adhérents, salariés des magasins). Un des enjeux du Groupe est abordé à chaque fois et un questionnaire permet de recueillir les retours des lecteurs.

Chaque newsletter reprend ce qu'est l'enjeu du mois, pourquoi il est matériel pour le Groupe, ce qu'on peut faire pour diminuer les risques associés, ce qui est fait dans le Groupe et les perspectives (contexte environnemental, évolutions réglementaires, etc.).

Les premiers sujets abordaient les notions d'achats responsables, de préservation de la biodiversité, de mobilité durable, de diversité liée au handicap et d'économie circulaire.

E.2 Santé et sécurité des consommateurs

Les produits font l'objet de contrôles réguliers afin de s'assurer de leur parfaite conformité avec les dispositions contractuelles, législatives, réglementaires et normatives françaises et européennes. Une équipe dédiée dans la coordination de ces contrôles en relation directe avec les fournisseurs de produits est rattachée à la Direction des Achats du Groupe. Une vigilance particulière est donnée aux informations présentes sur les emballages et les documents remis avec les produits pour prévenir tout risque dans l'utilisation des produits.

Dans l'hypothèse où les résultats d'un contrôle feraient apparaître qu'un produit testé n'est pas ou n'est plus conforme au regard de ces dispositions, le Groupe a établi une procédure de retrait ou de rappel de produits formalisant l'ensemble des mesures appropriées et indiquant la liste des personnes en charge pour remédier à la situation. La veille constante et les relations avec les administrations en charge des inspections permettent de limiter les impacts pour les clients.

Il est à noter qu'avec le développement de gammes de produits à Marques de Distributeur (MDD) ces dernières années, un contrôle renforcé des fournisseurs concernés a été mis en place. Des audits sont réalisés chaque année sur une sélection de fournisseurs. Ces audits évaluent les procédures et actions mises en place par les fournisseurs pour garantir la conformité réglementaire, le respect des conditions de travail, d'hygiène et sécurité, ... Chaque audit fait l'objet d'un rapport comportant un plan d'actions d'amélioration. Un dossier de spécifications techniques est établi permettant également de formaliser les engagements de chaque fournisseur.

E.3 Actions en faveur des Droits de l'Homme

Les fournisseurs de produits référencés par le Groupe doivent respecter des engagements (et faire respecter ces engagements à leurs propres sous-traitants) sur les enjeux sociaux et environnementaux : respect des principes du Pacte Mondial établi par les Nations Unies, respect des bonnes pratiques commerciales (charte de bonne conduite FMB - Fédération des Magasins de Bricolage et de l'aménagement de la maison - et INOHA - anciennement Unibal, Les Industriels du nouvel habitat), respect de la réglementation sur le travail, conformité de leurs produits aux normes en vigueur, respect de la qualité des produits, traçabilité des constituants de leurs produits et autres éléments de protection de l'environnement, ... Ces engagements sont formalisés dans le contrat de référencement que tous les fournisseurs de produits signent chaque année avec Mr.Bricolage SA.

Mr.Bricolage SA a développé d'autres actions pour porter face à ses partenaires internes ou externes, ses engagements en matière de Droits de l'Homme dans la conduite de ses différentes activités.

A ce titre, la société Mr.Bricolage a élaboré un code de conduite des affaires lequel est consultable sur le site mr-bricolage.com.

Ce code de conduite des affaires comporte un dispositif d'éthique rappelant, notamment, le respect de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et des conventions fondamentales de l'Organisation International du Travail, à travers ses engagements en termes de respect des droits de l'Homme, de condamnation du travail des enfants ou encore de diversité et de traitement équitable en matière d'emploi et de profession.

La société Mr.Bricolage demande par ailleurs à chacun de ses salariés un comportement personnel respectueux des autres.

Les collaborateurs de Mr.Bricolage SA ont la possibilité de contacter la ligne lanceur d'alerte, laquelle est notamment destinée à recevoir des alertes qui concerneraient les règles d'éthique énoncées par le code de conduite des affaires.

E.4 Dispositif de lutte contre la corruption et le trafic d'influence

La société Mr.Bricolage a engagé une démarche de lutte contre la corruption et le trafic d'influence, laquelle passe par la mise en conformité du Groupe avec la loi Sapin 2 du 9 décembre 2016 pour la transparence et la modernisation de l'économie. La conviction portée par le Groupe est que l'incarnation de ses valeurs fondatrices – serviabilité, solidarité, proximité – ne va pas sans un sens de l'éthique et que le maintien de l'intégrité en son sein saura garantir l'excellence opérationnelle et les intérêts du Groupe et de ceux qui le composent. De plus, cette démarche de lutte contre la corruption s'inscrit parfaitement dans le projet d'entreprise de la société Mr.Bricolage puisque la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) qui couvre l'éthique des affaires et la loyauté des pratiques est désormais au cœur de notre modèle de développement.

C'est ainsi que la société Mr.Bricolage a mené auprès de ses filiales un travail d'identification des risques de corruption, au travers de nombreux entretiens avec ses collaborateurs, de l'analyse de l'existant et de l'activité du Groupe. La cartographie des risques a été mise à jour durant l'année 2022. Des fiches de risques ont été établies et des actions mises en œuvre.

La société Mr.Bricolage a en outre élaboré un code de conduite des affaires comprenant un dispositif de lutte contre la corruption et un dispositif d'éthique au périmètre plus large. Ce code, consultable sur le site mr-bricolage.com, a été intégré au règlement intérieur et s'impose à tous les collaborateurs.

La société Mr.Bricolage offre aux collaborateurs la possibilité, par le biais de sa ligne lanceur d'alerte gérée par un opérateur externe, d'effectuer en toute confidentialité des signalements relatifs à l'existence de conduites ou situations contraires au code de conduite des affaires, notamment, mais pas seulement, en termes de corruption. Le dispositif a été mis à jour en 2022 pour tenir compte de la loi du 21 mars 2022 sur la protection du lanceur d'alerte.

Des sessions de sensibilisation et d'information sur le code de conduite des affaires et la ligne lanceur d'alerte ont été organisées pour les collaborateurs. Les dernières sessions sont prévues courant du 1er trimestre 2023, l'objectif étant de responsabiliser et sensibiliser chacun des salariés du Groupe. Plus spécifiquement, des collaborateurs identifiés comme prioritaires seront formés par un organisme indépendant.

Le Groupe Mr.Bricolage poursuit ses travaux concernant les contrôles et l'évaluation de l'efficacité des mesures prises. La société Mr.Bricolage a mis en place également un questionnaire d'évaluation de ses partenaires principaux, les fournisseurs. Un nouvel outil permettra de diffuser ce questionnaire notamment à nos fournisseurs de produits.

E.5 Autres informations

La lutte contre le gaspillage alimentaire, la lutte contre la précarité alimentaire, le respect du bien-être animal, l'alimentation responsable, équitable et durable sont des enjeux non matériels au vu de l'activité du Groupe et font donc l'objet d'exclusions.

F. Note méthodologique pour la déclaration de performance extra-financière

F.1 Périmètre

Les sites pris en compte dans la déclaration de performance extra-financière sont :

- Les sites rattachés juridiquement à la société Mr.Bricolage SA et ouverts au 31 décembre 2022. Compte tenu de la cession ou fermeture de l'ensemble des sites de l'activité Commerce durant l'année 2020, seuls sont pris en compte dans cette déclaration les sites de Services Aux Réseaux ; Il est rappelé que les magasins étant gérés par des sociétés indépendantes, leurs données ne sont pas consolidées dans cette déclaration ;
- Le site rattaché juridiquement à la société ANPF, soit IFOGECO.

Le Groupe ne contrôle majoritairement aucune filiale à l'étranger qui soit significative en termes de problématique environnementale ou qui emploie des salariés au 31 décembre 2022. Ainsi, les filiales étrangères ne sont pas prises en compte dans la déclaration.

F.2 Modalités de collecte

La période retenue pour la déclaration de performance extra-financière est l'année civile.

Les sources des données quantitatives utilisées dans cette déclaration sont les suivantes :

- Documents de traçabilité réalisés par les prestataires permettant la consolidation annuelle des données pour plusieurs sites, accessibles par extranet mis en place par chaque prestataire ou directement envoyé par courriel par chaque prestataire,
- Factures émises par les prestataires pour chaque site,
- Extrait des systèmes d'informations propres à Mr.Bricolage SA liés à la gestion des différentes entités du Groupe.

Les sources des données qualitatives utilisées dans cette déclaration sont les suivantes :

- Le retour des collaborateurs des directions de Mr.Bricolage SA,
- Les politiques des différentes sociétés du Groupe, traduites par des accords.

Dans le cas de données manquantes, une extrapolation est réalisée selon les différents cas de figure suivants :

- Si la donnée manquante concerne les mois de fin d'année (par exemple, décalage entre la période de collecte des données et la date de réception des factures), si les données sont disponibles pour les mois de fin d'année de l'année N-1, ce sont ces données qui seront reprises ;
- Sinon, une moyenne est appliquée à partir des éléments des mois, dont les données sont présentes sur l'année N, précédents le mois concerné par la donnée manquante. Cette même règle est appliquée en cas de données manquantes sur tout autre mois de l'année.

Spécificité pour les déchets dangereux

La méthode d'extrapolation décrite ci-dessus peut présenter un risque de sous-évaluation des tonnages pour les déchets dangereux. Les déchets dangereux font en effet l'objet d'enlèvements non réguliers contrairement aux déchets non dangereux qui ont des enlèvements mensuels. Il peut arriver d'avoir un enlèvement effectué sur l'un des mois de fin de l'année N-1 qui n'a pas été comptabilisé sur l'année N-1 et qui ne sera pas comptabilisé sur l'année N dans le cas d'un enlèvement effectué sur ce même mois en année N. En effet, dans ce cas, seul le tonnage concernant le mois de l'année N sera comptabilisé. Cette sous-évaluation ne présente pas un risque important de perturbation de l'analyse des données diffusées car ce cas de figure se rencontre rarement et les tonnages de déchets dangereux produits par le Groupe sont dans tous les cas faibles.

Il n'y a pas de distinction dans les données diffusées entre les volumes de déchets issus de l'exploitation du site (par exemple, remplacement des tubes fluorescents de la nappe lumineuse d'un site) et les volumes de déchets collectés auprès des clients. Cela concerne notamment les déchets d'équipements électriques et électroniques et les piles/accumulateurs qui peuvent être amenés par les clients.

F.3 Consolidation des données

Les données collectées sont saisies pour obtenir une consolidation des données pour les Services Aux Réseaux, et si cela est pertinent, l'activité Formation.

Le nombre de mètres carrés utilisé pour le calcul des indicateurs correspond à la surface des bâtiments des sites des Services Aux Réseaux.

Une comparaison avec les indicateurs des deux années précédentes est donnée afin de permettre l'analyse des évolutions.

Spécificité pour le calcul du taux de tri des déchets

Le taux de tri est obtenu en divisant le volume de déchets triés directement sur les sites par le volume total de déchets produits par les mêmes sites. Le taux de tri diffusé ne prend donc pas en compte le tri effectué par le prestataire sur ses propres centres de tri une fois l'enlèvement effectué. Cet indicateur « taux de tri sur site » n'est donc pas à confondre avec le taux réel de recyclage ou de valorisation des déchets.

Spécificité pour le bilan des émissions de gaz à effet de serre

Un bilan a été réalisé durant l'année 2013 sur la base des données d'activité de l'année 2012. Il n'est pas possible de réactualiser l'étude chaque année dans les délais de diffusion de la déclaration de performance extra-financière. Une répartition des émissions est toutefois donnée en pourcentage pour chaque catégorie importante abordée dans l'étude menée en 2013.

Spécificité sur le taux de gravité

Le nombre de jours perdus correspond au nombre de jours ouvrés moyens entre la date du lendemain de l'accident et la date de reprise, quel que soit le temps de travail contractuel. Il est à noter que pour un arrêt de travail survenant l'année N-1 et continuant sur l'année N seront comptabilisés uniquement les jours perdus au titre de l'année du reporting.

Spécificité sur le taux de fréquence

Le nombre d'accidents avec arrêt comptabilise les accidents de travail et les accidents de trajet ainsi que les cas de rechute, si les périodes d'arrêt ne sont pas consécutives.

F.4 Exclusions spécifiques aux données environnementales

F.4a Tous types de données

Sont exclus les sites dont les données manquantes (par exemple pour des sites ayant changé de fournisseurs, ou ayant des dates de facturation différentes de l'année civile, ...) ou ayant subi une modification importante (déménagement...) ne permettent pas une comparaison entre les sites sur une période annuelle. Si ce cas de figure existe pour l'année de la déclaration, alors les informations disponibles sur ces entités sont données dans les tableaux nommés « Sites non comparables ».

F.4b Déchets

Ne sont pas comptabilisés les déchets traités directement par les services de la ville ou de la commune (service porte à porte, déchetterie, ...) qui ne font pas l'objet d'une facturation détaillée et spécifique par ces services.

G. Tableaux de synthèse

Engagement RSE	Enjeux	Risques	Politique et actions
Gouvernance	Politique de l'entreprise en matière de RSE	> Visibilité des engagements > Incohérence dans les actions réalisées > Vision RSE non partagée en interne	> Nouvelle gouvernance depuis 2021 avec mise en place de 3 Copil RSE (Social/Produits/Magasins) > Intégration de l'atteinte d'objectifs RSE dans les objectifs de chaque direction
Valoriser le capital Humain	Améliorer la qualité de la vie au travail et l'organisation du temps de travail	> Détérioration des conditions de travail > Impact sur le bien-être et la performance > Difficulté à conserver les talents > Manque d'attractivité de l'entreprise	> Mise en place outil NIBELIS (fiabiliser relations collaborateur/entreprise) > Accord temps de travail (Mr.Bricolage SA) : Organisation du travail flexible > Charte télétravail et horaires flexibles > Analyse des facteurs de pénibilité (MB Log)
	Favoriser l'égalité professionnelle et la diversité	> Risques de discrimination et d'inégalités des chances > Perte d'envie de contribuer au projet d'entreprise > Manque d'attractivité de l'entreprise	> Accord sur égalité professionnelle entre hommes/femmes (Mr.Bricolage SA) > Index Parité H/F publié > Journée sensibilisation aux handicaps avec l'association Handischool (Mr.Bricolage SA)
	Récompenser la performance collective et individuelle	> Perte de vitalité / Affaiblissement du collectif > Perte d'envie de contribuer au projet d'entreprise > Erosion de la culture d'entreprise > Impact sur la performance	> Anticipation des NAO > Salaire minimum supérieur à 50€ au SMIC > Refonte et dynamisation des dispositifs d'épargne salariale : PERCOL, PEE > Abondement de l'actionnariat salarié > Prime PEPA versée à tous les collaborateurs du Groupe > Entretiens de compétences annuels > Bilan social individualisé
	Améliorer les relations sociales	> Détérioration des conditions de travail > Perte de vitalité / Affaiblissement du collectif > Erosion culture d'entreprise > Non-conformité réglementaire	> Accords négociés avec CSE
	Santé et sécurité au travail	> Ethique vis-à-vis des collaborateurs > Détérioration de la santé et sécurité des collaborateurs > Risque d'absentéisme	> Formations sécurité > Commission SSCT pour les sociétés MB Log, Mr.Bricolage SA > Formation CHSCT pour les élus Mr.Bricolage SA > Formation aux risques Psycho Sociaux pour le CSE et managers de Mr.Bricolage SA
Transformation humaine et développement des Hommes	Accompagner l'appropriation des valeurs (Serviabilité/Solidarité/Proximité)	> Incohérence entre actions réalisées et valeurs portées > Risque réputationnel > Perte de confiance de nos parties-prenantes	> Accompagnement des magasins sur l'animation des espaces Entraide > Mise en place du programme Facilitateur (lien entre 1 collaborateur et 1 magasin) > Participation aux Foulées Roses (course solidaire contre le cancer) et à la course des trois ponts (Orléans)

Engagement RSE	Enjeux	Risques	Politique et actions
Transformation humaine et développement des Hommes	Accompagner le développement des Hommes	> Risques liés à la gestion des compétences > Déficit d'employabilité des collaborateurs > Difficulté à développer les talents	> Formation continue, accompagnement par coaching interne > Accompagnement des managers (formation par itinéraire managers, communauté des managers) > Mise en place de la Fabrique du Papillon (programme de développement des compétences relationnelles et émotionnelles) > Blended Learning pour les magasins > Déploiement des rituels managériaux (animation des équipes en magasin)
			> Intégration des nouveaux collaborateurs > Engagement des communautés (Managers, Terrain, Transformeurs)
Réduire de l'empreinte environnementale des sites du Groupe	Performance énergétique des bâtiments	> Risques liés à l'impact du changement climatique : transition vers un monde décarboné > Impact économique du coût et de la disponibilité de l'énergie > Atteinte à l'acceptabilité de nos parties prenantes > Non-conformité réglementaire	> Audits énergétiques > Suivi des besoins en énergie > Rénovation de l'éclairage et des systèmes de chauffages/climatisation au siège de Mr.Bricolage SA
	Mobilité responsable	> Risques liés à l'impact du changement climatique : transition vers un monde décarboné	> Installation de bornes de recharges pour véhicules électriques et hybrides rechargeables au siège du groupe > Verdissement de la flotte automobile par véhicules hybrides, électriques
	Gestion des déchets	> Risque lié à la raréfaction des ressources > Non-conformité réglementaire	> Promotion du tri à la source et réduction des déchets > Collecte séparée du carton, papier, bouteilles plastiques, gobelets carton au siège de Mr.Bricolage SA
	Maîtrise des atteintes à l'environnement	> Risques de pollutions et atteintes à l'environnement > Atteinte à l'acceptabilité de nos parties prenantes	> Gestion des produits dangereux (ICPE pour entrepôts) > Prévention des incendies (Matériels de prévention, Instructions écrites, Formations) > Prévention des déversements accidentels
Réduire l'empreinte environnementale de nos magasins	Performance énergétique des magasins	> Impact économique du coût et de la disponibilité de l'énergie > Non-conformité réglementaire > Atteinte à l'acceptabilité des parties prenantes	> Référencement de solutions techniques sobres en énergie pour les magasins, comme : éclairage LED, bornes de recharges > Accompagnement des magasins pour les objectifs de réduction de consommation du Décret tertiaire
	Gestion des déchets et reprise des produits usagés en magasin	> Risque lié à la raréfaction des ressources > Non-conformité réglementaire > Atteinte à l'acceptabilité des parties prenantes	> Partenariat avec les éco-organismes > Solutions de collecte avec les éco-organismes (DEEE, piles/accumulateurs, lampes, produits chimiques, ameublement, article bricolage/jardin...) > Accompagnement des magasins (webinaires, communication...)

Engagement RSE	Enjeux	Risques	Politique et actions
Réduire l'empreinte environnementale des produits	Empreinte environnementale des produits	> Impact économique lié à la disponibilité des matières premières > Gaspillage des ressources > Surexploitation des ressources et des territoires / Atteinte à la biodiversité > Perte de confiance des parties prenantes dans l'engagement du Groupe > Perte de clientèle par rapport aux attentes sociétales en matière de RSE	> Politique de gestion responsable du bois > Partenariat avec Earthworm > Ateliers de formation des acheteurs > Validation des catalogues par l'organisme FSC pour la promotion des produits certifiés > Intégration de critères d'écoconception dans le cahier des charges de la Marque de Distributeur Inventiv à respecter pour référencement > Questionnaire RSE lors des appels d'offres produits > Mettre en avant les produits Fabriqués en France
Partager la RSE à toutes les parties prenantes	Engagements RSE diffusés aux magasins, fournisseurs, clients	> Non-respect des engagements RSE Mr.Bricolage > Non-conformité réglementaire > Risque réputationnel > Perte de confiance de nos parties-prenantes	> Evaluation de la maturité des fournisseurs en phase d'appel d'offres sur les thématiques RSE par un questionnaire > Diffusion d'un manifeste aux fournisseurs afin de s'assurer de leur compréhension et de leur adhésion à nos valeurs et engagements RSE > Relai aux magasins d'animations sur différentes thématiques RSE > Mise en avant des produits et services référencés permettant aux clients d'améliorer l'efficacité énergétique de leur maison > Diffusion d'une newsletter mensuelle sur les enjeux RSE
Relation de confiance avec nos parties prenantes	Transparence / Ethique / Corruption	> Atteinte à la morale > Risque réputationnel > Non-respect des engagements RSE Mr.Bricolage > Non-conformité réglementaire > Perte de confiance de nos parties-prenantes	> Code de bonne conduite des affaires > Charte de lanceur d'alerte et ligne téléphonique dédiée > Protection des marques déposées par le Groupe > Centralisation de la comptabilité en France et faible part des flux financiers internationaux > Questionnaire aux fournisseurs sur l'éthique / corruption
	Agir en faveur des Droits de l'Homme	> Atteinte aux droits humains fondamentaux, dont les droits du travail > Risque réputationnel / mise en danger de l'image du Groupe	> Intégration dans les questionnaires RSE envoyés aux fournisseurs > Clause contractuelle (Droits de l'Homme, condition de travail, travail des enfants...) > Amélioration des outils de dialogues (cahiers des charges, audit fournisseurs...)
Santé et sécurité des consommateurs	Sécurité - Qualité des produits	> Atteinte à la sécurité des clients (produits et lieux de ventes) > Ethique, coût moral et humain > Risque réputationnel / mise en danger de l'image du Groupe > Incidents / accidents d'un client > Non-respect des engagements RSE Mr.Bricolage > Impact financier (perte de chiffre d'affaires Groupe, litiges, sanctions, insatisfaction clients, assurances)	> Audits des fournisseurs > Procédures retrait/rappel d'un produit > Contrat de référencement/fabrication

Valoriser le capital Humain

		2021								2022							
		Ifogeco		Le Club		MB Log		Mr.Bricolage		Ifogeco		Le Club		MB Log		Mr.Bricolage	
		En NB	En %	En NB	En %	En NB	En %	En NB	En %	En NB	En %	En NB	En %	En NB	En %	En NB	En %
Effectifs au 31/12	TOTAL	19		42		154		313		18		45		150		325	
Répartition de l'effectif au 31/12 par catégorie	Employés	2	11%	9	21%	97	63%	33	11%	1	6%	11	24%	93	62%	38	12%
	Agents de maîtrise	-	0%	8	19%	35	23%	45	14%	2	11%	8	18%	33	22%	52	16%
	Cadres	17	89%	25	60%	22	14%	235	75%	15	83%	26	58%	24	16%	235	72%
Répartition de l'effectif au 31/12 par sexe	Femmes	12	63%	21	50%	49	32%	168	54%	12	67%	23	51%	51	34%	185	57%
	Hommes	7	37%	21	50%	105	68%	145	46%	6	33%	22	49%	99	66%	140	43%
Répartition de l'effectif au 31/12 par groupe d'âge	Moins de 30 ans	1	5%	5	12%	15	10%	56	18%	3	17%	6	13%	10	7%	59	18%
	De 30 à 39 ans	4	21%	4	10%	38	25%	87	28%	3	17%	4	9%	36	24%	86	26%
	De 40 à 49 ans	7	37%	11	26%	65	42%	109	35%	5	28%	12	27%	64	43%	103	32%
	Plus de 50 ans	7	37%	22	52%	36	23%	61	19%	7	39%	23	51%	40	27%	77	24%
Les embauches	CDI	4		3		15		46		2		2		11		28	
Les départs	CDI	3		1		13		34		3		-		15		31	
Absentéisme*	% absentéisme	8.49%		4.53%		8.10%		3.43%		4.40%		2.75%		10.10%		3.02%	
	Taux de fréquence	0		0		48.1		2.08		0		14.36		32.62		0	
	Taux de gravité	0		0		0.94		0.37		0		0.03		1.58		0	

*sont inclus toutes les absences hors mi-temps thérapeutique, journée de solidarité, absence préavis, absence mise à pied, congé parental.

Rapport entre le nombre d'heures d'absences incluses et le nombre d'heures travaillées théoriques (1 607 heures par ETP)

Index égalité Hommes / Femmes	Ifogeco*	Le Club*	MB Log	Mr.Bricolage
2021	-	-	89/100	88/100
2022	-	-	93/100	96/100

*Effectif inférieur à 50 collaborateurs

Transformation humaine et développement des Hommes

Année 2022	Ifogeco	Le Club	MB Log	Mr.Bricolage
Nombre de collaborateurs formés	19	20	112	241
Nombre d'heures de formation	614	298	1 600	2 820

Réduire l'empreinte environnementale des sites du Groupe

Indicateurs	Unité	2022	2021	Évolution
Performance énergétique des bâtiments				
Consommation d'énergie (électricité, gaz)	kWh	2 770 444	3 507 030	-21.00%
Emission GES liés à l'énergie	Tonne équivalent CO2	292	411	-28.95%
Gestion des déchets				
Tonnage déchets non dangereux	Tonnes	298.34	345.27	-13.59%
Taux de tri sur site	%	83.24%	66.49%	+25.19%
Tonnage déchets dangereux	Tonnes	10.98	3.95	+177.97%